

CONFINDUSTRIA

AL FIANCO DELLE IMPRESE

GENERAL | Q2 2019

SocialMeter è la divisione di Big Data analysis di Maxfone, impresa innovativa data-driven, orientata allo sviluppo di soluzioni strategiche che permettano ai clienti di essere protagonisti nella digital transformation grazie al supporto dei dati, in modo facile e democratico.

Fondata nel 2010 da soci con esperienze stimate nell'avvio di imprese e nella creazione di valore nel campo ICT, si è radicata e distinta sul panorama Telco nazionale, per poi svilupparsi sul più ampio mercato Media.

Nel 2018 Maxfone è diventata la prima azienda italiana con un brevetto di Big Data Analysis, che comprende apparecchiatura e metodo di acquisizione, monitoraggio e analisi dati: il modello SocialMeter Analysis.

Maxfone è inoltre diventata membro ufficiale, a novembre 2018, della Big Data Value Association (BDVA), partner della Commissione Europea che lavora a sostegno di ricerca, sviluppo, innovazione e promozione dei Big Data per porre l'Europa in prima linea nel settore.

A dicembre 2018, attraverso la sua consociata Instant Media Analyzer, di base ad Austin (Texas), Maxfone ha siglato un accordo con la Texas State University per un progetto di ricerca congiunto sullo sviluppo di nuovi algoritmi di machine learning.

© 2019, Maxfone Srl

Pubblicato nel mese di ottobre

Emesso da: Divisione Media, Ufficio Data Analysis

Ed. 1 Rev. 1



1020015000040566
Primo **brevetto** italiano in big data analysis
Apparecchiatura e metodo di acquisizione,
monitoraggio e analisi dati

La proprietà intellettuale della metodologia di analisi dei dati, della loro elaborazione e presentazione in forma di report, è di Maxfone Srl. Ogni utilizzo al di fuori della committenza è soggetto ad espressa richiesta scritta a Maxfone Srl che si riserva di concederle il permesso.


Maxfone Srl dichiara che le informazioni contenute nel report sono a supporto della gestione strategica e operativa, esse vanno utilizzate come strumenti di supporto e non sostitutivi delle scelte strategiche e operative da personale qualificato e competente. Fatte salve le generalità contenute nei presenti paragrafi, non garantiamo che l'utilizzo dei dati contenuti nel report porterà a qualsiasi forma di ricavo o di risultato. Il contenuto del presente documento costituisce materiale soggetto a copyright.

Ove citati, la proprietà intellettuale di altri brand appartiene all'azienda di riferimento.

SocialMeter Analysis® è un marchio registrato da Maxfone Srl.

CONFINDUSTRIA

AL FIANCO DELLE IMPRESE



“Alcune persone vedono un’impresa privata come una tigre feroce da uccidere subito, altri come una mucca da mungere, pochissimi la vedono com’è in realtà: un robusto cavallo che traina un carro molto pesante.”

Winston Churchill



Sommario

Premessa	06
Un'organizzazione rappresentativa di imprese	08
Il flusso dei contenuti sul web	11
Le macro tematiche trattate	12
Q2 2019 - Una visione più approfondita	13
Top Fonti per seguire Confindustria sul Web	14
Le Top Fonti del 2019	15
Mappatura dell'Italia	16
Monitoraggio Twitter	17
I top 5 retweet	18
Top user	19
Top mention	20
Focus di approfondimento	22
Il flusso delle menzioni	24
Politici italiani più menzionati	25
Confindustriali più menzionati	27
Metodologia	32
Glossario	34

A close-up photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The person is wearing a white shirt and a dark tie. The background is a bright, out-of-focus office environment with large windows. The overall color palette is light blue and white.

02

Introduzione

Premessa

- **Confindustria è la principale associazione di rappresentanza delle imprese in Italia:** aderiscono volontariamente oltre **150mila aziende** di dimensioni piccole, medie e grandi, per un totale di **5.438.513 dipendenti coinvolti***.

Confindustria si pone come organismo rappresentativo degli interessi delle imprese, porta avanti la forte identità associativa e affianca gli associati nella loro crescita, creando valore attraverso progetti concreti.

Il presente report comprende l'analisi del secondo quadrimestre del 2019 e si ricollega ad un altro precedente realizzato al termine del primo quadrimestre.

L'obiettivo che si pongono questa serie di **report** è di **analizzare attraverso un'analisi quantitativa il panorama di Confindustria a livello nazionale, quanto l'associazione sia determinante per il Paese, le Imprese e sulle azioni del Governo.**

* Fonte: www.confindustria.it



Setup delle ricerche

ANALISI WEB:

Time frame:

01 maggio 2019 - 30 agosto 2019

Keyword:

- Confindustria

ANALISI TWITTER:

Time frame:

01 maggio 2019 - 30 agosto 2019

Keyword:

- Confindustria



03

**Un'organizzazione
rappresentativa di
imprese**



COINVOLTE

150.000 IMPRESE

**LA PRINCIPALE ASSOCIAZIONE DI
RAPPRESENTANZA.**



SERVIZI ISTITUZIONALI E INNOVATIVI

Per difendere gli interessi specifici di ogni associato



Il flusso dei contenuti sul Web

■ Il monitoraggio Web nel corso del **secondo quadrimestre 2019** (di seguito Q2) ha raccolto **più di 17.000 articoli** che citano **Confindustria**.

In termini quantitativi e comparativi, il conversato risulta stabile rispetto al primo quadrimestre (di seguito Q1), analizzato in un report precedente, che vedeva nel corso dei primi quattro mesi del 2019 un totale di più di 20.000 contenuti.

Possiamo notare nel grafico (Fig.1) come nel periodo estivo (specialmente nel mese di agosto) vi sia stato un calo nella mole di articoli pubblicati, che ha portato ad una lieve diminuzione sul totale del conversato raccolto.

Nel mese di maggio invece, in prossimità delle elezioni europee, ritroviamo invece il maggior picco di articoli pubblicati.

Durante il giorno precedente alle elezioni, il 22 maggio, risultano più di 380 contenuti, un valore notevole a fronte di una media giornaliera lievemente inferiore ai 140 articoli.

Diviene rilevante quindi evidenziare come anche in questo quadrimestre il tema della politica sia risultato uno dei principali.

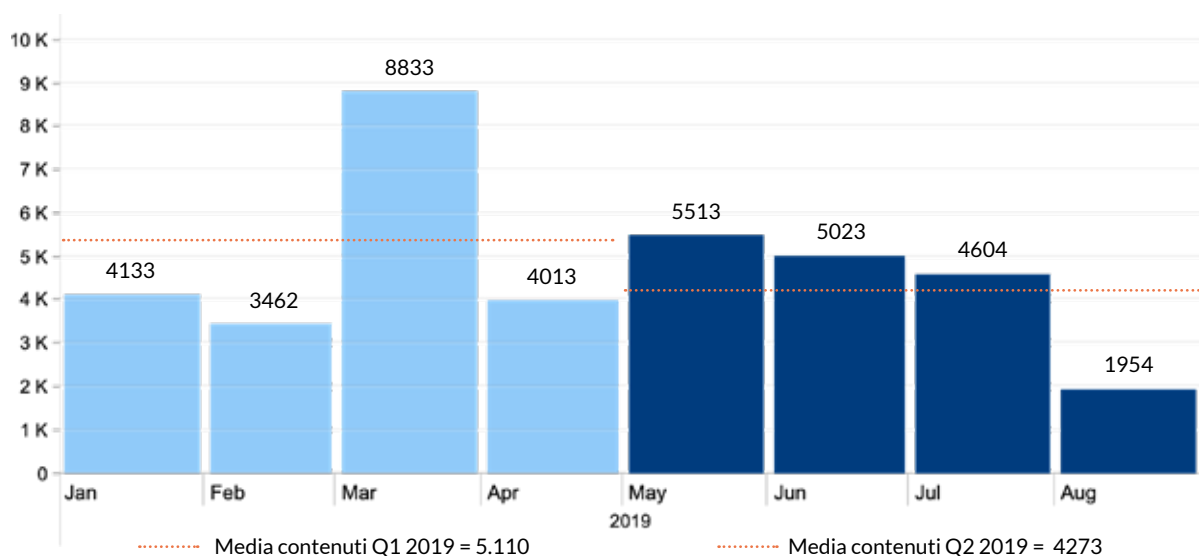


Fig.1

Comparazione del flusso di contenuti del Q1 e del Q2 2019 relativo a Confindustria sul Web.

Nel corso dei primi otto mesi del 2019, relativamente al conversato di Confindustria risulta rilevante sottolineare come entrambi i mesi in cui si sono registrati i maggiori apici di attività siano legati a due fasi molto importanti a livello politico per l'Italia, l'allarme lanciato a marzo da Confindustria e dalla BCE rispetto alle previsioni di stagnazione dell'economia nazionale e le Elezioni Europee. Ciò si pone a riprova della rilevanza di Confindustria nel panorama politico italiano, sottolineando la portata della sua attività a tutela delle imprese



Le macro tematiche trattate

- Grazie all'estrapolazione delle parole più rilevanti all'interno degli articoli e la successiva individuazione di queste nel conversato, sono emerse quattro principali tematiche che hanno contraddistinto gli argomenti trattati.

Dal momento che tutti questi temi molto vicini a Confindustria, l'attenzione al mercato del lavoro e alle imprese sono il fulcro dell'operato della confederazione. Allo stesso tempo, come anticipato, strettamente legato è l'aspetto politico con un occhio di riguardo verso il futuro del Paese e dei giovani.

Molti articoli hanno trattato anche contemporaneamente le differenti tematiche, a sostegno di quanto queste siano intrinsecamente legate tra loro. In questo report è stato scelto di elaborare un'analisi quantitativa, tuttavia un approfondimento a livello qualitativo permetterebbe di identificare ulteriori tematiche e correlazioni.



IMPRESE

+7.500
CONTENUTI



LAVORO

+7.400
CONTENUTI



POLITICA

+6.100
CONTENUTI



GIOVANI

+3.600
CONTENUTI

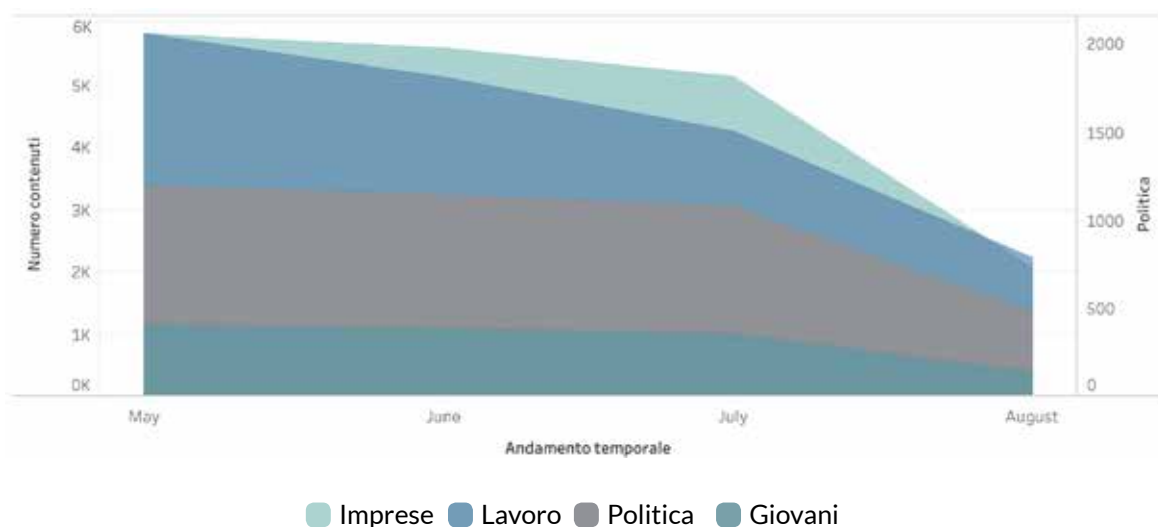


Fig.2

Individuazione dei principali temi trattati nel conversato relativo a Confindustria e comparazione dei diversi flussi.



Q2 2019 - una visione più approfondita

Nello sviluppo di un'analisi Big Data online, risulta fondamentale non limitare la raccolta dei contenuti raccolti unicamente ad una fonte.

Grazie al monitoraggio del web (siti di news, blog e forum), accostato ad un osservatorio su Twitter, (Fig.3) è possibile avere una visione molto più completa del conversato su Confindustria. Il web riporta un flusso prevalentemente sviluppato da testate giornalistiche o blogger, che riportano i macro argomenti su cui si basa gran parte dell'agenda setting. Su Twitter invece, a scrivere sono direttamente le persone: dai Presidenti ai politici, fino ad arrivare ai semplici cittadini. Ciò determina un'assenza di filtri,

lasciando totalmente spazio al pensiero personale, cosa che spesso non accade negli articoli, che risultano essere per lo più moderati.

La raccolta di dati su entrambe queste fonti ci permette quindi di avere una piena visione relativamente al panorama confindustriale, sia dal punto di vista istituzionale che del percepito dalle singole persone.

Come possiamo notare, il conversato Twitter numericamente sovrasta di molto quello Web, con un totale di oltre 59.000 contenuti (tra tweet e retweet) che hanno visto interagire più di 19.000 utenti differenti.

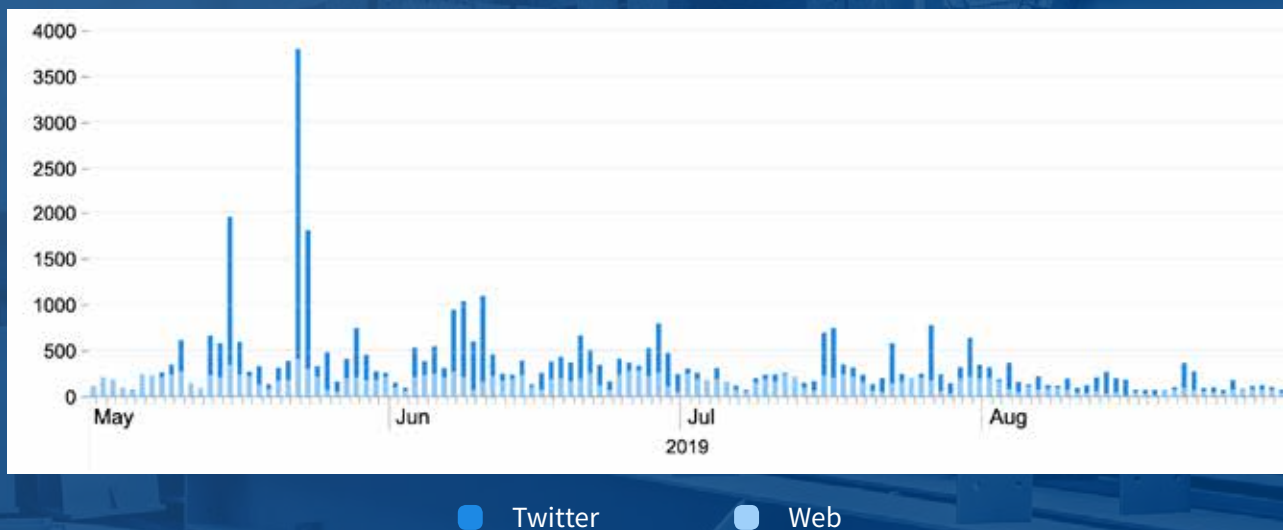


Fig.3

Comparazione del flusso di contenuti sul web e su Twitter relativo a Confindustria.

Top Fonti per seguire Confindustria sul Web

■ Al fine di fornire dei riferimenti per seguire nel tempo alcune delle tematiche trattate dal conversato online, sono stati individuati i principali siti che hanno pubblicato, il maggior numero di articoli relativi a Confindustria. Essendo questi siti, in termini quantitativi, i più attivi sulla tematica Confindustria, possono avere la capacità, nel tempo, di influenzare maggiormente la percezione pubblica rispetto al mondo Confindustriale.

In Fig.4 sono riportati i primi 10 siti web che hanno condiviso il maggior numero di articoli nel periodo preso in esame e la percentuale totale di conversato che questi generano rispetto ai 17.000 totali raccolti nel quadrimestre.

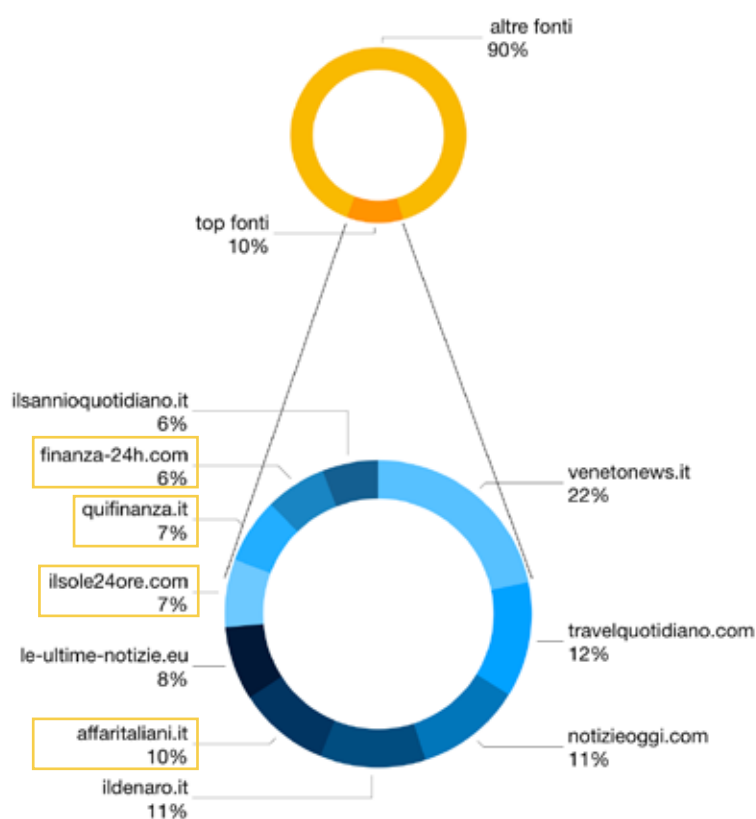


Fig.4

Segmentazione del conversato nelle prime top 10 fonti sul Web.

Grazie a questa classifica si può constatare come le prime 10 fonti pubblicano il 10% dei contenuti.

Tuttavia il restante 90% risulta segmentato in oltre 2.460 siti differenti con una mediana di 2 articoli pubblicati da ciascuno. Questo ci permette di comprendere la differenziazione delle fonti che citano Confindustria sul Web.



LA TESTATA GIORNALISTICA
CHE ONLINE HA PUBBLICATO
PIÙ ARTICOLI È:
ILSOLE24ORE.COM



Le Top Fonti del 2019

Confrontando le top fonti di quest'ultimo quadrimestre con le top del Q1 2019, siamo in grado di individuare quelle ricorrenti, come già proposto nel precedente report. Grazie a questa comparazione si può andare a individuare un'utile lista da controllare periodicamente per tenersi aggiornati sul mondo Confindustriale facendo riferimento a fonti che in modo continuativo nel corso dei primi otto mesi del 2019 hanno pubblicato articoli in merito.

Nel grafico (Fig.4) sono state evidenziate le fonti comuni presenti in entrambi i periodi.

Top Fonti Q1 2019	Top Fonti Q2 2019
assoitalia.eu	venetoneews.it
subitoneews.it	travelquotidiano.com
eurofinsrl.com	notizieoggi.com
notizieoggi.com	ildenaro.it
cataniaoggi.com	affaritaliani.it
ildenaro.it	le-ultime-notizie.eu
ilsole24ore.it	ilsole24ore.com
adessonews.it	quifinanza.it
affaritaliani.it	finanza-24h.com
economy.it	ilsannioquotidiano.it

Fig.5

Principali fonti che hanno pubblicato contenuti relativi a Confindustria nel 2019.

Mappatura dell'Italia

■ Come abbiamo visto attraverso l'individuazione delle Top Fonti nelle pagine precedenti, il conversato relativo a Confindustria risulta molto segmentato in numerosi siti che l'hanno citata in relazione a svariate tematiche, tra cui le più popolari sono state indicate a pagina 14. Allo stesso tempo, la valutazione delle fonti web non rivela un quadro completo sulla presenza territoriale delle informazioni: ad un'ulteriore analisi Confindustria si dimostra infatti discussa su tutto il panorama Nazionale italiano.

Per comprendere meglio quali siano le regioni che maggiormente vengono menzionate nei contenuti è stata analizzata la presenza all'interno del conversato delle 20 regioni italiane e delle 107 province associate alla corrispondente regione di appartenenza:

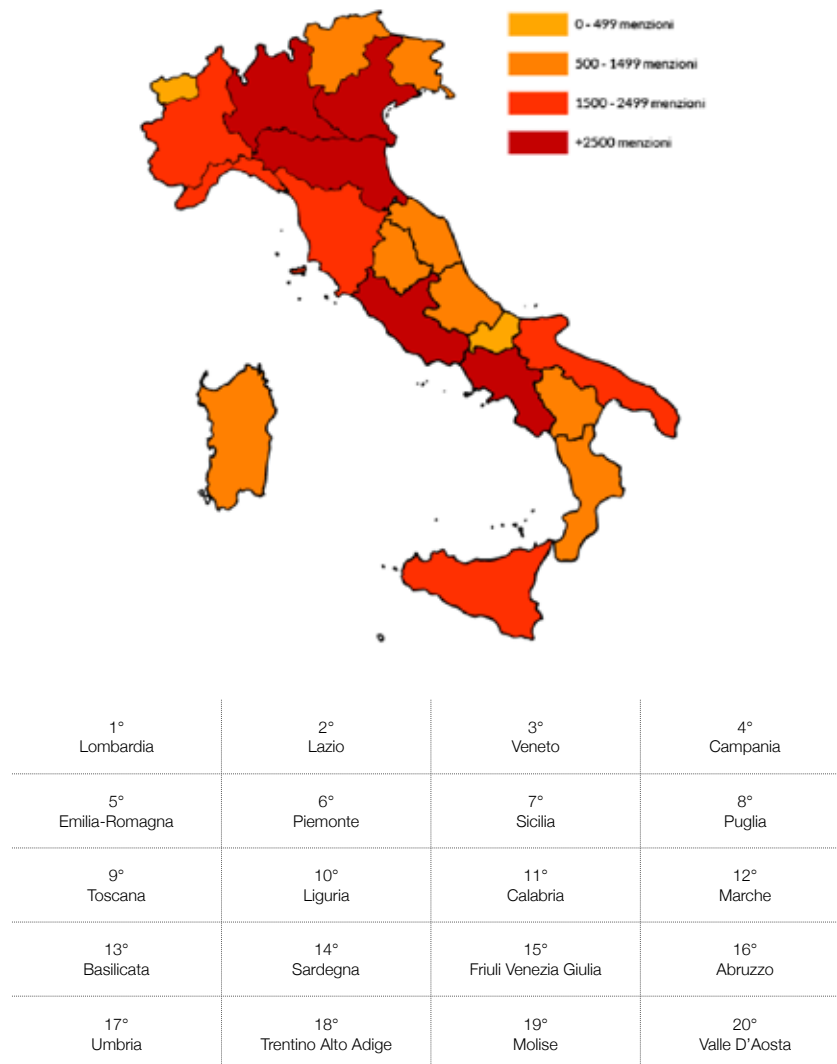
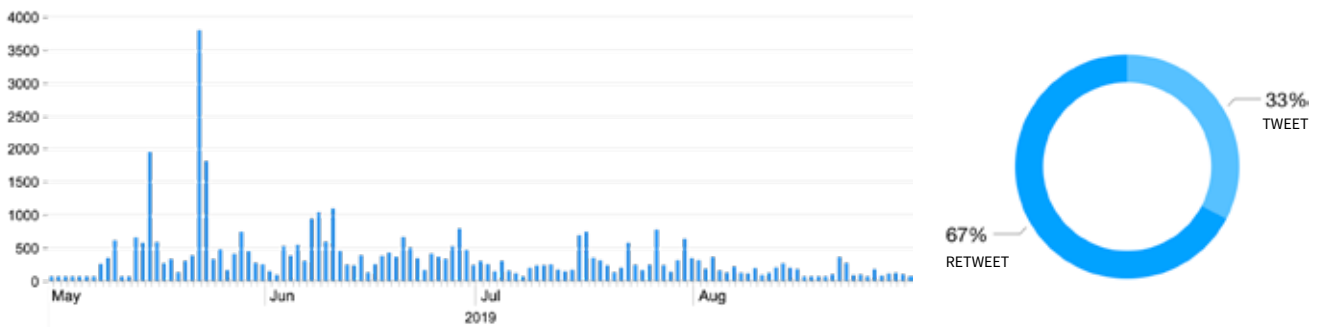


Fig.6

Suddivisione del conversato per regioni, in base alle menzioni della stessa e delle sue province.

Monitoraggio Twitter

■ Riportato anche in precedenza, il conversato relativo a Confindustria su Twitter ha superato i 59.000 contenuti nel corso del secondo quadrimestre.



Timeline del conversato su twitter relativo a Confindustria nel corso del Q2 2019.

Segmentando il conversato, possiamo vedere che differenziandolo tra contenuti originali e retweet (Fig.7), il 33% dei contenuti (più di 27.500) è composto da tweet, mentre il 67% è costituito da retweet.

Attraverso la composizione dell'hashtag cloud (Fig.8), dove vengono rappresentati gli hashtag più frequentemente utilizzati all'interno dei tweet raccolti dal monitoraggio, è stato possibile individuare alcune delle principali tematiche trattate dagli utenti. Il grafico ci permette di individuare i trend emersi sui social e compararli con gli argomenti discussi negli articoli. Tematica molto sentita è sicuramente legata alla sfera politica, di cui appaiono nomi di politici come Mattarella, Di Maio, Salvini e Calenda, ma anche di partiti ed eventi politici come nel caso di PD, Lega, M5S o delle elezioni europee, della manovra economica etc.

Molto citati anche alcuni organi, figure, ed istituzioni interni di Confindustria tra cui spiccano Boccia, Bonometti, Assolombarda e i rapporti con i principali sindacati italiani Cgil, Cisl e Uil.

Ricorrono anche su Twitter i temi dei giovani e della formazione.



Fig.8

Hashtag Cloud



I top 5 retweet

- Sui quasi 19.000 tweet originali abbiamo individuato i principali 5 che hanno prodotto il maggior numero di retweet.



Fig.9

Top Retweet Q2 2019

Come per il quadrimestre precedente, la tematica che su Twitter accumula il maggior numero di utenti ad esporsi è la politica.

Carlo Calenda copre ben due posizioni della top 5 dei tweet pubblicati, ed in entrambi si rivolge in maniera forte contro il precedente governo (denominato giallo-verde) e le scelte portate avanti da Confindustria.

Nell'analisi Twitter è stata infine estrapolata una classifica dei dieci profili Twitter più attivi (Fig.10) nella produzione e condivisione di contenuti che citano Confindustria, e dei principali 10 più menzionati (Fig.11).



Top user

Per ciascuno degli utenti più attivi in relazione a Confindustria Nazionale è stato riportato il nome utente, la foto profilo, il numero di condivisioni ed il numero di follower del profilo.

- | | |
|---|--|
| <p>1.</p>  <p>@giovanniproto67
621 Condivisioni
4.472 Follower</p> <p>Bio: @claudiovelardi @Giorgiolaporta @Lidia_Undiemì @ImprotaEduardo @aledenicola @FrancoBechis @chiccotesta @checovernier @intuslegens @maudelconte @MarcoCantamessa</p> | <p>6.</p>  <p>@Your_Gate_to_EU
258 Condivisioni
1.590 Follower</p> <p>Bio: The most advanced European Big Data Platform on #EU , #Europe #europeanaffairs, released in mid 2017. Retweet doesn't imply automatic endorsement. #FakeFree.</p> |
| <p>2.</p>  <p>@TommyBrain
545 Condivisioni
1.986 Follower</p> <p>Bio: non presente</p> | <p>7.</p>  <p>@ConfindustriaUd
215 Condivisioni
1.301 Follower</p> <p>Bio: Associazione territoriale di Confindustria</p> |
| <p>3.</p>  <p>@Confindustria
388 Condivisioni
17.954 Follower</p> <p>Bio: Confindustria è la principale associazione di rappresentanza delle imprese manifatturiere e di servizi operanti in Italia. #impresenelpaese</p> | <p>8.</p>  <p>@MontaninoUSA
188 Condivisioni
2.564 Follower</p> <p>Bio: Chief Economist @Confindustria. Former IMF, Atlantic Council, Italian Treasury</p> |
| <p>4.</p>  <p>@sdavite110
356 Condivisioni
1.653 Follower</p> <p>Bio: A Milano per il Gabinetto del Sindaco Sala. Scrivo per @affaritaliani @formicheneWS ICampania, Minniti e il @Quirinale</p> | <p>9.</p>  <p>@UITORINO
140 Condivisioni
1.178 Follower</p> <p>Bio: Unione Industriale #Torino è un'associazione d'#Imprese, aderente a @CONFINDUSTRIAv, per la tutela, promozione e sviluppo delle #aziende e dei loro interessi.</p> |
| <p>5.</p>  <p>@panuccimar
324 Condivisioni
2.636 Follower</p> <p>Bio: Direttore Generale di Confindustria</p> | <p>10.</p>  <p>@gabriellabocca
137 Condivisioni
1.188 Follower</p> <p>Bio: Imprenditrice , appassionata dell'Italia</p> |

Fig.10

Classifica degli utenti più attivi dal 01 maggio al 30 agosto 2019.



44 Top mention

Per ciascuno degli utenti più menzionati in relazione a Confindustria Nazionale sono stati riportati il nome utente, la foto profilo, il numero di menzioni e di follower del profilo.

- | | |
|---|--|
| <p>1.</p>  <p>@Confindustria
14.320 Menzioni
17.955 Follower</p> <p>Bio: Confindustria è la principale associazione di rappresentanza delle imprese manifatturiere e di servizi operanti in Italia.
#impresenelpaese</p> | <p>6.</p>  <p>@UILofficial
1.578 Menzioni
9.749 Follower</p> <p>Bio: PAGINA UFFICIALE UIL - UNIONE ITALIANA DEL LAVORO IL SINDACATO DEI CITTADINI</p> |
| <p>2.</p>  <p>@CarloCalenda
3.654 Menzioni
186.923 Follower</p> <p>Bio: L'Italia e l'Europa sono più forti di chi le vuole deboli. Only a Sith deals in absolutes.</p> | <p>7.</p>  <p>@MontaninoUSA
1.295 Menzioni
2.566 Follower</p> <p>Bio: Chief Economist @Confindustria. Former IMF, Atlantic Council, Italian Treasury.</p> |
| <p>3.</p>  <p>@OGiannino
2.303 Condivisioni
326.898 Follower</p> <p>Bio: Giornalista. Fondatore di FARE per Fermare il declino</p> | <p>8.</p>  <p>@dario divico
1.283 Menzioni
61.680 Follower</p> <p>Bio: Corriere della Sera e Nuvola del Lavoro</p> |
| <p>4.</p>  <p>@CislNazionale
2.187 Menzioni
24.296 Follower</p> <p>Bio: La Cisl è un sindacato libero, pluralista, autonomo da schieramenti politici che conta oggi 4 milioni e mezzo di iscritti</p> | <p>9.</p>  <p>@Radio24_news
1.069 Menzioni
130.964 Follower</p> <p>Bio: La prima e unica emittente news&talk italiana. Per intervenire: Tel. 800240024. Sms e WhatsApp 349 238 6666 oppure http://facebook.com/RADIO24.ilsol24ore</p> |
| <p>5.</p>  <p>@cgilnazionale
1.853 Condivisioni
70.201 Follower</p> <p>Bio: La Confederazione Generale Italiana del Lavoro è il primo sindacato italiano per numero di iscritti Qui le nostre sedi e strutture http://bit.ly/1gySpq</p> | <p>10.</p>  <p>@borghi_claudio
812 Condivisioni
68.326 Follower</p> <p>Bio: Deputato della Repubblica Italiana eletto in Toscana per la Lega. Consigliere Comunale di Como</p> |

Fig.11

Classifica degli utenti più menzionati dal 01 maggio al 30 agosto 2019.

04



CONFINDUSTRIA

Focus di
approfondimento

RIA

A photograph of a building facade with a large blue overlay on the left side. The word 'RIA' is written in white on the blue area. The background shows a building with arched windows and a reflection of a tree in a glass window.

Il flusso delle menzioni

- **Prendendo in esame il Q2 del 2019, sono stati identificati attraverso l'analisi gli esponenti politici, gli appartenenti al consiglio di Confindustria Nazionale, i presidenti locali e quelli dei Giovani maggiormente citati sul web e su Twitter.**

In una seconda fase di analisi, sono stati individuati e suddivisi i politici ed i confindustriali maggiormente citati all'interno degli articoli e dei tweet raccolti dagli osservatori.

Per ciascuna di queste personalità è stato identificato il numero di menzioni all'interno di blog, forum, siti e Twitter. Su quest'ultimo è stata ricercata anche la presenza del profilo personale, attraverso il quale molti politici e confindustriali risultano menzionati dagli utenti.

L'istogramma presente su ogni scheda indica l'andamento, nel corso del Q2 del 2019, del totale delle menzioni raccolte da tutte le fonti.

Essendoci una differenza sostanziale tra il volume dei contenuti raccolti su Twitter rispetto a quelli provenienti da siti, forum e blog, la comparazione non è stata allineata alla medesima scala, ma ogni flusso è rapportato a sé stesso. In questo modo è possibile individuare anche l'andamento sul web che, essendo in termini quantitativi meno consistente, sarebbe stato difficilmente identificabile.

L'ordine con cui i vari politici ed esponenti di Confindustria sono stati classificati è dato dalla sommatoria delle menzioni ottenute sul web e sui social.

Politici italiani più menzionati

01.
CARLO CALENDÀ



politico +3 posizioni rispetto al Q1 2019

180 Web - menzioni totali
9.466 Twitter - menzioni totali



14 1.415

Twitter Web

02.
MATTEO SALVINI



politico -1 posizione rispetto al Q1 2019

1.895 Web - menzioni totali
4.819 Twitter - menzioni totali



69 1.114

Twitter Web

03.
LUIGI DI MAIO



politico -1 posizione rispetto al Q1 2019

1.765 Web - menzioni totali
4.255 Twitter - menzioni totali



74 873

Twitter Web

04.
GIUSEPPE CONTE



politico -1 posizione rispetto al Q1 2019

1.317 Web - menzioni totali
2.465 Twitter - menzioni totali



86 1.046

Twitter Web

05. MATTEO RENZI



politico

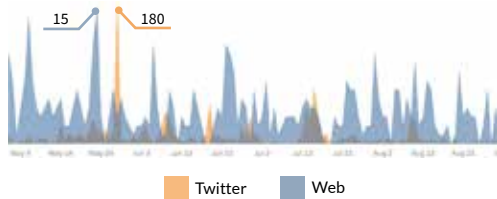
stessa posizione del Q1 2019

461

Web - menzioni totali

1.301

Twitter - menzioni totali



06. SERGIO MATTARELLA



politico

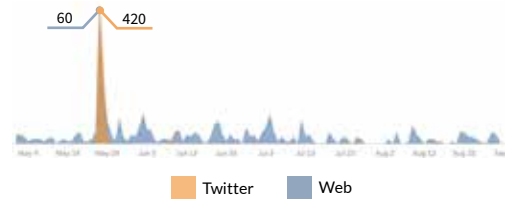
nuovo inserito nel monitoraggio

420

Web - menzioni totali

1.336

Twitter - menzioni totali



07. NICOLA ZINGARETTI



politico

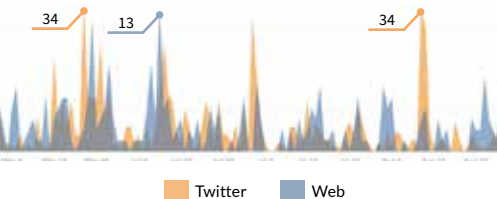
-1 posizione rispetto al Q1 2019

273

Web - menzioni totali

711

Twitter - menzioni totali



08. SILVIO BERLUSCONI



politico

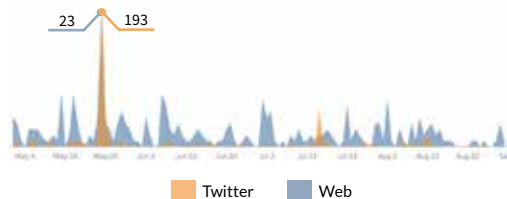
nuovo inserito nel monitoraggio

283

Web - menzioni totali

549

Twitter - menzioni totali



Confindustriali più menzionati

01.
VINCENZO BOCCIA



Confindustria stessa posizione del Q1 2019

1.511 Web - menzioni totali
5.841 Twitter - menzioni totali



123 1.214

Twitter Web

02.
MARCO BONOMETTI



Confindustria +10 posizioni rispetto al Q1 2019

378 Web - menzioni totali
2.967 Twitter - menzioni totali



1.749 131

Twitter Web

03.
MARCELLA PANUCCI



Confindustria -1 posizione rispetto al Q1 2019

63 Web - menzioni totali
1.430 Twitter - menzioni totali



12 128

Twitter Web

04.
GIOVANNI BRUGNOLI



Confindustria stessa posizione del Q1 2019

63 Web - menzioni totali
542 Twitter - menzioni totali



310 12

Twitter Web

05.

ALESSIO ROSSI



Confindustria

+1 posizione rispetto al Q1 2019



157

Web - menzioni totali



346

Twitter - menzioni totali



Twitter Web

06.

CARLO BONOMI



Confindustria

-3 posizioni rispetto al Q1 2019



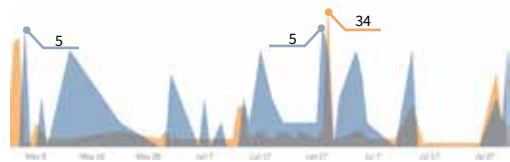
111

Web - menzioni totali



349

Twitter - menzioni totali



Twitter Web

07.

CARLO ROBIGLIO



Confindustria

-2 posizioni rispetto al Q1 2019



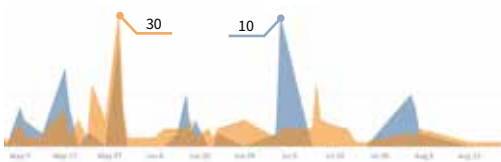
123

Web - menzioni totali



187

Twitter - menzioni totali



Twitter Web

08.

FABIO RAVANELLI



Confindustria

+3 posizioni rispetto al Q1 2019



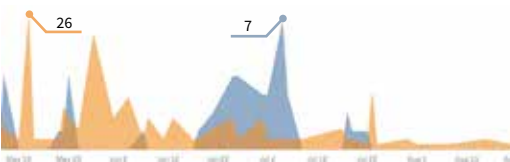
70

Web - menzioni totali



183

Twitter - menzioni totali



Twitter Web

09.

MATTEO ZOPPAS



Confindustria

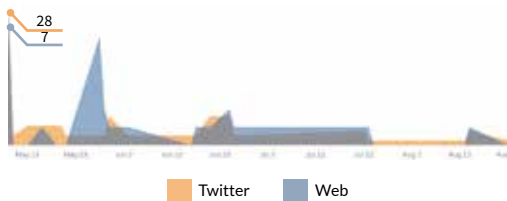
+6 posizioni rispetto al Q1 2019

122

Web - menzioni totali

88

Twitter - menzioni totali



10.

STEFAN PAN



Confindustria

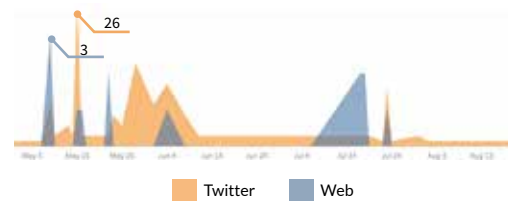
stessa posizione del Q1 2019

35

Web - menzioni totali

141

Twitter - menzioni totali



11.

MAURIZIO STIRPE



Confindustria

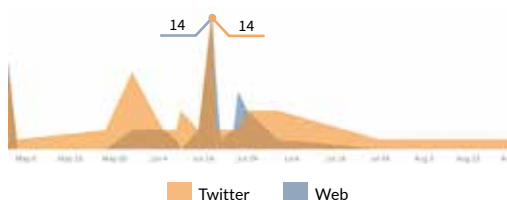
-4 posizioni rispetto al Q1 2019

81

Web - menzioni totali

63

Twitter - menzioni totali



12.

LICIA MATTIOLI



Confindustria

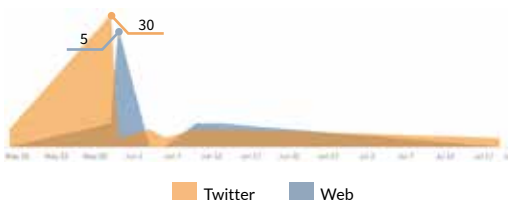
-3 posizioni rispetto al Q1 2019

30

Web - menzioni totali


55

Twitter - menzioni totali



13.

LISA FERRARINI



stessa posizione del Q1 2019

Confindustria

Web - menzioni totali: 19

Twitter - menzioni totali: 36



Platform	May 19	May 17	May 24	May 31	Jun 7	Jun 14	Jun 21	Jun 28	Jul 5	Jul 12	Jul 19	Jul 26	Aug 2	Aug 9	Aug 16	Aug 23	Aug 30
Web	4																
Twitter	20																

14.

FILIPPO TORTORIELLO



stessa posizione del Q1 2019

Confindustria

Web - menzioni totali: 51

Twitter - menzioni totali: 2



Platform	May 19	May 17	May 24	May 31	Jun 7	Jun 14	Jun 21	Jun 28	Jul 5	Jul 12	Jul 19	Jul 26	Aug 2	Aug 9	Aug 16	Aug 23	Aug 30
Web	8																
Twitter	2																

15.

GIULIO PEDROLLO



stessa posizione del Q1 2019

Confindustria

Web - menzioni totali: 13

Twitter - menzioni totali: 20



Platform	May 19	May 17	May 24	May 31	Jun 7	Jun 14	Jun 21	Jun 28	Jul 5	Jul 12	Jul 19	Jul 26	Aug 2	Aug 9	Aug 16	Aug 23	Aug 30
Web	3																
Twitter	8																

16.

PIETRO FERRARI



stessa posizione del Q1 2019

Confindustria

Web - menzioni totali: 22

Twitter - menzioni totali: 11



Platform	May 19	May 17	May 24	May 31	Jun 7	Jun 14	Jun 21	Jun 28	Jul 5	Jul 12	Jul 19	Jul 26	Aug 2	Aug 9	Aug 16	Aug 23	Aug 30
Web	2													10			
Twitter	2																

05

Metodologia



La rete rende disponibile un'enorme quantità di dati, grezzi e destrutturati, che necessitano di essere raccolti ed elaborati per essere tramutati in informazioni utili.

In una prima fase, algoritmi di crawling raccolgono questi dati che vengono acquisiti al fine di essere analizzabili per rispondere a specifiche richieste. In questa fase viene effettuata una qualificazione delle fonti web.

I dati raccolti dalla rete (web, social, forum, blog, ecc.) si definiscono dati acquisiti, che attraverso la piattaforma Social Meter Suite sono elaborati, organizzati e visualizzati per essere trasformati in informazione, pronti per una successiva analisi da parte degli analisti o del cliente.

La ricerca può essere costantemente ricalibrata attraverso i filtri o le chiavi di ricerca affinché l'output sia in linea con le necessità del cliente, in un processo che si può definire adattivo.

Le informazioni sono dunque analizzate strategicamente dagli analisti di Maxfone, il cui intervento consulenziale permette di produrre un'analisi quantitativa (data analytics) e qualitativa (analisi semantica) che rappresenta il valore aggiunto della filosofia SocialMeter Analysis. L'output che ne risulta è dunque conoscenza strategica per il cliente.



Più nello specifico, la nostra metodologia è rappresentabile con il seguente flusso:

- Data mining
- Data analytics
- Analisi qualitativa semantica e semiotica
- Supporto strategico

La fase di data mining consiste in tutte le attività volte all'estrazione di dati disaggregati e non strutturati da una indefinita quantità di fonti.

Il processo di data analytics si concretizza nell'analisi quantitativa del dato pulito attraverso processi di business intelligence.

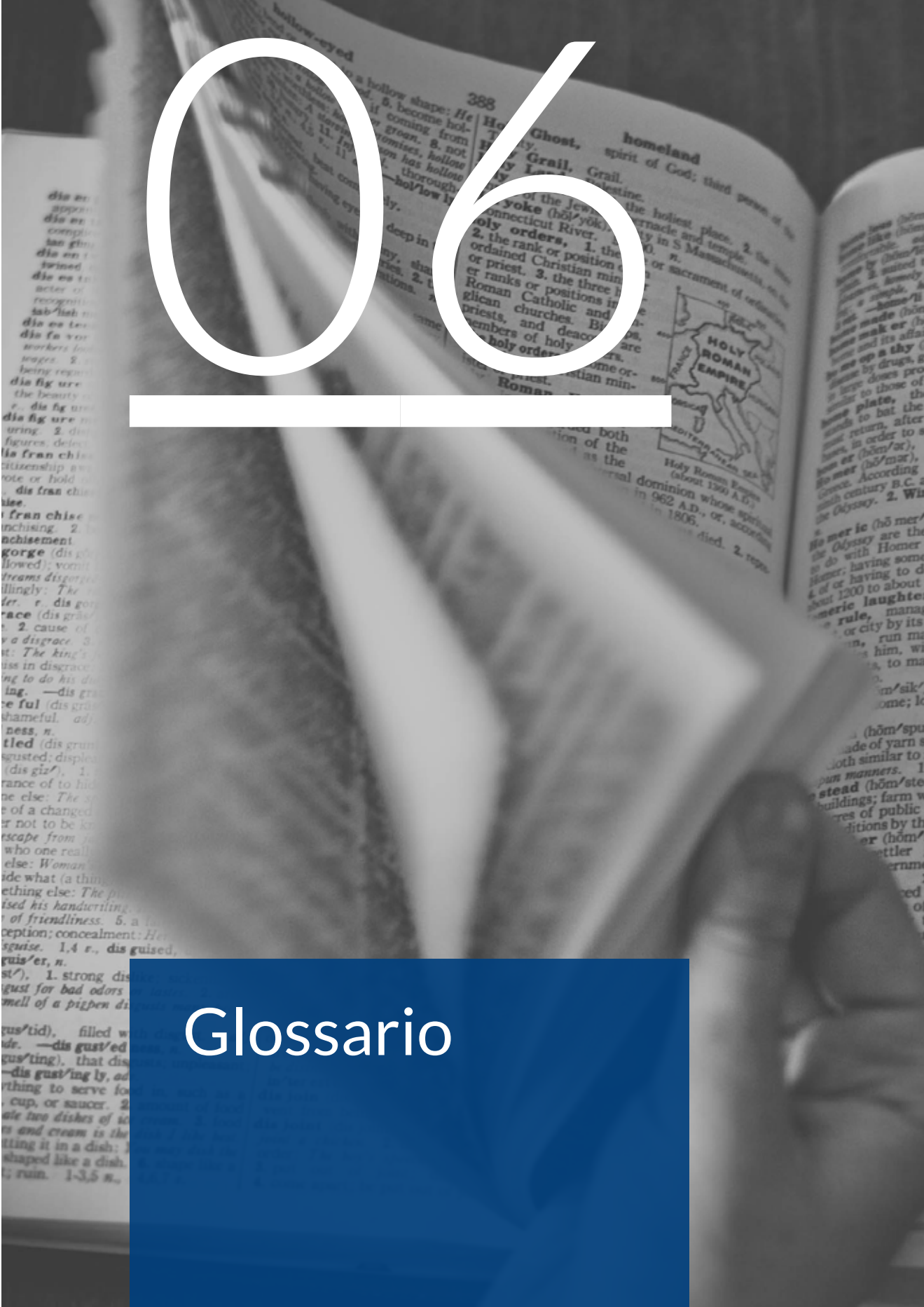
La fase del processo dedicata all'analisi qualitativa (semantica e semiotica) si basa su tecniche di text mining e image recognition, supportata da un intervento umano al fine di creare un valore aggiunto. Il processo di analisi è quindi reso possibile dalla tecnologia abilitante in congiunzione con l'intervento umano.

Il supporto strategico rappresenta l'output finale utile al cliente, espresso sotto forma di report o infografica.

Il metodo di acquisizione, monitoraggio e analisi dati di Maxfone detiene il primo brevetto italiano in Big Data Analysis (brevetto n°1020015000040566).

06

Glossario



Servizi

Servizi della piattaforma attivati:

- **ActiveBrand 24**
- **Social Finder**

ActiveBrand 24:

Tramite il servizio ActiveBrand 24 con un inserimento di una query di ricerca, ovvero di parole chiave che servono ad identificare una tematica specifica che si vuole andare a monitorare, la piattaforma ci rilascia i risultati di tale ricerca con uno storico di 6 mesi dal giorno in cui è stato fatto partire l'osservatorio.

Social Finder:

Tramite il servizio Social Finder con l'inserimento di una query di ricerca, ovvero una parola chiave o un hashtag o un account, la piattaforma è in grado di raccogliere tutti i dati social di Twitter (tweet, account più menzionati, hashtag più utilizzati...) e Instagram.

EUROPA

Maxfone S.r.l.

Via Copernico, 38
20124 Milano (MI), Italia

Lungadige Galtarossa, 21
37133 Verona (VR), Italia

E: info@socialmeter.it
www.socialmeter.it

USA

Instant Media Analyzer Inc.

10101 Hosta Cove
78570 Austin, Texas

E: info@instantmedianalyzer.com

 socialmeter